

Urkund Analysis Result

Analysed Document: ANÁLISIS DE CASO LA VERDAD Leonardo Diaz.docx (D44347539)
Submitted: 11/21/2018 6:45:00 PM
Submitted By: wpaguayb@unemi.edu.ec
Significance: 2 %

Sources included in the report:

PROYECTO JUAN GUERRERO.docx (D24865051)
ANTEPROYECTO TERMINADO.docx (D41274361)
APLICACION DEL CODIGO DEONTOLOGICO .txt (D10551597)
<http://www2.congreso.gob.pe/congreso/constitucion.doc>

Instances where selected sources appear:

4

0: ANTEPROYECTO TERMINADO.docx

66%

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO FACULTAD CIENCIAS SOCIALES

TRABAJO DE TITULACIÓN DE

GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO

TEMA: ANÁLISIS DE CONTENIDO Y TRATAMIENTO NOTICIOSO DEL PERIODICO FÍSICO DEL SEMANARIO PRENSA LA VERDAD DE LA CIUDAD DE SAN FRANCISCO DE MILAGRO

Autores: LEONARDO OMAR DÍAZ SALAZAR CELSO CÁCERES MONTIEL

Acompañante: MSc. JAVIER PAGUAY BALLADARES

Milagro, octubre 2018 ECUADOR

0: PROYECTO JUAN GUERRERO.docx

83%

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero. Fabricio Guevara Viejó, PhD. RECTOR Universidad Estatal de Milagro Presente.

Nosotros, Leonardo Díaz Salazar y Celso Cáceres Montiel en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Análisis de caso, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a

0: APLICACION DEL CODIGO DEONTOLOGICO .txt

78%

hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Análisis de caso realizado como requisito previo

para la obtención de mi Título

de Grado, como aporte a la Temática ANALISIS DE CONTENIDO Y TRATAMIENTO NOTICIOSO DEL SEMANARIO PRENSA LA VERDAD DE LA CIUDAD DE MILAGRO del Grupo de Investigación Comunicación, Educación y Comunidad de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Análisis de caso en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 21 días del mes de Noviembre de 2018

Leonardo Díaz Salazar Celso Cáceres Montiel C.I: 0915771836 C.I: 0901814772

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, Javier Paguay Balladares, en mi calidad de tutor del Análisis de caso, elaborado por los estudiantes, Leonardo Díaz Salazar y Celso Cáceres Montiel, cuyo tema del título es ANALISIS DE CONTENIDO Y TRATAMIENTO NOTICIOSO DEL SEMANARIO PRENSA LA VERDAD DE LA CIUDAD DE SAN FRANCISCO DE MILAGRO, que aporta a la Línea de Investigación Comunicación, Educación y Comunidad de conformidad previo a la obtención del Grado Licenciatura en Comunicación Social; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Análisis de caso de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 21 días del mes de noviembre de 2018.

Lic. Javier Paguay Balladares, MSc. Tutor C.I.: 1202983654

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por: _____

_____ Luego de realizar la
revisión del Análisis de caso, previo a la obtención del título (o grado académico) de
_____ presentado por el /la señor (a/ita)
_____.

Con el título: _____ . Otorga al
presente Análisis de caso, las siguientes calificaciones:

Análisis de caso [] Defensa oral [] Total []

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) _____ Fecha: _____
de _____ de 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

Nombres y Apellidos

Firma

Presidente _____ Secretario /a _____
 _____ Integrante _____

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por: _____
 _____ Luego de realizar la
 revisión del Análisis de caso, previo a la obtención del título (o grado académico) de
 _____ presentado por el /la señor (a/ita)
 _____.

Con el título: _____ . Otorga al
 presente Análisis de caso, las siguientes calificaciones:

Análisis de caso [] Defensa oral [] Total []

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) _____ Fecha: _____
 de _____ de 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

Nombres y Apellidos

Firma

Presidente _____ Secretario /a _____
 _____ Integrante _____

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primero a Dios y a mi familia, por el impulso y la confianza que me ha dado para seguir adelante en la vida personal y profesional, sin ese apoyo incondicional, ese afecto y deseos de superación, no hubiera sido posible llegar a mi objetivo, La familia es el pilar fundamental, los que guían por el sendero del bien para ser grandes seres humanos. En especial a mi Tía Maritza Díaz por todo el apoyo brindado, sin su ayuda no hubiera sido posible llegar a cumplir mi meta, cada consejo me sirvió para escalar los peldaños que nos da la vida. Este logro es sin duda dedicado para mi señora madre Vilma Salazar Alvarado, a mi esposa Liliveth Castillo, mi hija Danna Díaz y sobre todo a mi abuela-madre Azucena Avellán, que son el motor de mi vida para ser un buen hijo, padre y esposo. Gracias por la motivación.

Leonardo Díaz Salazar

AGRADECIMIENTO

Como no mencionar a la planta docente del alma mater milagreña por esa formación y guiarnos como profesionales, las largas jornadas en las aulas y laboratorios fueron gratificantes, porque desde ahí hemos adquirido los conocimientos para ser grandes líderes

que la sociedad requiere. Siguiendo el horizonte de la misión de la Universidad Estatal de Milagro, de formar profesionales proactivos. A los compañeros de aula, por ese aliento de seguir por el camino trazado, en especial a los compañeros Carlos Bedrán y Jairo Suque, con quienes compartí cientos de horas en busca de los conocimientos. Como no agradecer al Master Javier Paguay Balladares por ser el alentador de mi carrera profesional, quien con sus sabios consejos me he podido encaminar por el sendero del bien, gracias totales al docente y amigo.

Leonardo Díaz Salazar

ÍNDICE GENERAL

Contenido

DERECHOS DE AUTOR	2	APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	3
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	4	DEDICATORIA	5
ÍNDICE GENERAL	8	ÍNDICE DE FIGURAS	9
ÍNDICE DE TABLAS	16	RESUMEN.....	17
ABSTRACT.....	18		
INTRODUCCION.....	19	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	21
MARCO TEORICO.....	23	MARCO CONCEPTUAL.....	25
DESARROLLO.....	27	CONCLUSION.....	31
REFERENCIA BIBLIOGRAFICA.....	32		

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Portada del Semanario Prensa La Verdad, del sábado 13 de octubre

Figura 2: Tratamiento noticioso en Prensa La Verdad

Figura 3: Páginas destinadas para las misas de réquiem

Figura 4: Páginas destinadas para la publicidad

Figura 5: Páginas destinadas para las notas deportivas y culturales

Figura 6: Periódico Prensa La Verdad del sábado 15 de septiembre de 2018

Prensa La Verdad Ventas 22 Noticias 93 Publicidad 17 Misas de requien 3 Notas deportivas 22
93 17 3

Figura 7: Periódico Prensa La Verdad del sábado 22 de septiembre de 2018

Prensa La Verdad Ventas 24 Noticias 90 Publicidad 13 Misa de requien 4 Notas deportivas y culturales 24 90 13 4

Figura 8: Periódico Prensa La Verdad del sábado 29 de septiembre de 2018

Prensa La verdad Ventas 21 Noticias 84 Publicidad 15 Misa de requien 4 Notas deportivas y culturales 21 84 15 4

Figura 9: Periódico Prensa La Verdad del sábado 6 de octubre de 2018

Prensa La verdad Ventas 25 Noticias 96 Publicidad 14 Misa de requien 5 Notas culturales y deportivas 25 96 14 5

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Portada del Semanario Prensa La Verdad, del sábado 13 de octubre

Tabla 2. Contenido de noticias en Prensa La Verdad

Tabla 3. Páginas destinadas para las misas de réquiem en Prensa La Verdad

Tabla 4. Páginas destinadas para la publicidad en Prensa La Verdad

Tabla 5. Paginas destinada para notas de Deporte y Cultura en Prensa La Verdad

Tabla 6. Contenido físico de publicaciones en el periódico Prensa La Verdad del sábado 15 de septiembre del 2018.

Tabla 6. Contenido físico de publicaciones en el periódico Prensa La Verdad del sábado 22 de septiembre del 2018.

Tabla 7. Contenido físico de publicaciones en el periódico Prensa La Verdad del sábado 29 de septiembre del 2018.

Tabla 8. Contenido físico de publicaciones en el periódico Prensa La Verdad del sábado 6 de octubre del 2018.

Tema: Análisis de contenido y tratamiento noticioso del periódico físico del semanario Prensa La Verdad de la ciudad de Milagro.

Resumen

La industria de la comunicación en la ciudad de San Francisco de Milagro, está dominada por un número pequeño de Medios de Comunicación, entre ellos el de mayor relevancia para los lectores de nuestra localidad, es Prensa La Verdad, con más de 34 años en el mercado de la Comunicación Social. La comunicación social, en la actualidad conquista mayor protagonismo en la actividad del hombre en todas las esferas de su vida, marcado por el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. La investigación mediante este análisis de caso a Prensa La Verdad, es una modalidad de la investigación social, una indagación que se distingue por su objeto de estudio o campo de actuación orientada a la búsqueda de respuestas a problemas dados a través de una metodología científica. El desarrollo investigativo ha permitido conocer con profundidad la ética periodística con la que se maneja

el Semanario Prensa La Verdad del cantón Milagro. Realizando un análisis exhaustivo en su contenido de noticias, notas culturales, deportivas y la publicidad.

Palabras clave: comunicación social, La verdad, periodismo

Topic: Analysis of content and news treatment of the physical newspaper weekly press the truth of Milagro city.

Abstract Industry of communication in the city of San Francisco's miracle, is dominated by a small number of media, including the of greatest relevance to the readers of our town, it is the truth press, with more than 34 years in the market of the Communication Social Planning.

Social communication currently conquers more prominence in the activity of men in all areas of his life, marked by the development of new information and communication technologies. Research through this analysis of case to press the truth, is a form of social research, an investigation that is distinguished by its object of study or field of action aimed at finding answers to problems given through a methodology scientific. Research development has allowed to know in depth the journalistic ethics that the weekly press the truth of miracle canton is handled. Performing an exhaustive analysis of news, sports, cultural notes, and advertising content.

Key words: social communication, the truth, journalism

INTRODUCCIÓN La transparencia, objetividad y la imparcialidad en la información de un medio de comunicación, debe desarrollar la práctica de una investigación tenaz, permanente, ética y moral para el público lector.

La comunicación ha evolucionado desde hace miles de años, desde el lenguaje primitivo que acapara símbolos, lenguaje, imágenes, sonidos, hasta la evolución de la comunicación del siglo XXI.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad la disertación del porqué se da el sensacionalismo y la falta de una estructura informativa del medio de comunicación Prensa La Verdad, empresa que fue fundada el 15 de septiembre de 1984, con Registro Ministerial CGU-813.

El periódico impreso de 32 páginas en formato tabloide, es de circulación semanal con un tiraje de 10.000 ejemplares, no solo en la ciudad de Milagro, sino también en cantones aledaños como Naranjito, Mariscal Sucre, Jujan, Simón Bolívar, Bucay, Marcelino Maridueña y los recintos que rodean estos sectores.

Con estos antecedentes, el compromiso que tienen los medios de comunicación con la sociedad, obliga a que se desempeñen con especial cuidado en las tareas básicas de orientar, informar, entretener y contribuir al desarrollo social.

La responsabilidad de los medios de comunicación puede generar la satisfacción ciudadana o el caos por la buena o mala información, es por estos que se ha desarrollado un análisis desde

el sábado 15 de septiembre al sábado 6 de octubre del medio de comunicación Prensa La Verdad.

Los resultados que se presentan en el Índice de figuras, se los seccionó de la siguiente manera: Noticias, Notas de pesar, Publicidad y Notas de cultura y deporte. Dando como resultado una falta de comunicación impresionante ante el número de páginas (32) del semanario.

Cabe indicar que la ciudadanía milagreña, por cultura está impregnada en informarse a través de este medio de comunicación, siendo su fuente directa para conocer el desarrollo de San Francisco de Milagro.

El análisis me permite mencionar que la ciudad de Milagro cuenta con 5 estaciones radiales (Radio la Voz de Milagro, Vega Mega, Cadena Dial, Radio Net, Radio Atalaya) y dos medios impresos (El Milagreño, El Libertador, El Nacional) dos estaciones televisivas (Tele Milagro y Milagro City) siendo Prensa La Verdad la de mayor influencia en nuestra localidad.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los medios de comunicación de Prensa escrita en la ciudad de Milagro, no desempeñan su rol profesional, que es informar al público lector, proporcionando una información en forma veraz y objetiva, en reiteradas ocasiones estos periódicos se identifican de manera privaos, a cambio de publicidad política, donde los gobiernos de turno publican lo que desean y no se le da a la sociedad la realidad del cantón y sus habitantes. Se puede identificar claramente la crisis de la ética profesional en el periodismo de nuestro cantón, donde se evidencia que casi la mayor parte de contenido noticioso es en beneficio de quienes ostentan el poder. Es importante promover y rescatar la verdadera labor periodística y darle a la ciudadanía la información que se merece, los medios de comunicación en especial Prensa La Verdad, por ser el periódico de mayor consumo en la localidad, tiene la responsabilidad moral de trabajar con los principios de ética, cumpliendo con las Leyes vigentes del campo de la Comunicación. Es más que evidente que Prensa La Verdad es un periódico impreso con un contenido noticioso totalmente sesgado con una carga informativa que sólo complace a quienes pretenden generar opinión pública. Frente a este problema social se alcanza a visualizar la búsqueda continua del dinero, a cambio de la publicidad, lo cual contrasta con la propósito determinado al que se ven aportados no sólo Prensa La Verdad, sino la mayoría de los medios de comunicación en la ciudad de Milagro. Prensa La Verdad es el medio de comunicación más antiguo que existe en San Francisco de Milagro, convirtiéndose en un suplemento político y publicista de las alcaldías de turno, que responde a los intereses económicos y no en su razón de ser, que es INFORMAR y ENTETENER. San Francisco de Milagro no tiene un periódico que cumpla con las necesidades básicas que es la difusión de información, un medio de comunicación que contenga la objetividad y veracidad que de a conocer los hechos noticiosos con total equidad y transparencia.

MARCO TEÓRICO

El tratamiento noticioso que desarrolla el Semanario Prensa La Verdad ha sido objeto de estudio e investigaciones por quienes aspiraban obtener el título académico. Y vaya que lograron su objetivo. Esto a simple vista describe el interés del manejo de los recursos periodísticos en el tratamiento de la noticia manejado por la dirección del medio impreso en su propuesta de comunicar e informar a la comunidad. Por ello consideramos fundamental acudir a los autores para sostener nuestra investigación centrada en el ANÁLISIS DE CONTENIDO Y TRATAMIENTO NOTICIOSO DEL PERIODICO FÍSICO DEL SEMANARIO PRENSA LA VERDAD DE LA CIUDAD DE SAN FRANCISCO DE MILAGRO. Desde su primera edición hasta la presenta fecha en que se desarrolló la pertinencia del estudio, el periódico pasó la barrera de las dos décadas, en su edición impresa de los sábados. Esta se ha dado de manera interrumpida por lo que es oportuno recalcar que durante este tiempo los directivos del medio han generado el “acto intencional de comunicar”(María & Carreón, 2016). El acto de comunicar por tanto se origina teniendo como mínimo dos personas. Esto describiendo los criterios formativos recibidos en el proceso de formación académica. Así Fernández, citado por María & Carreón, (2016) sostiene que la “comunicación es el proceso interpretativo a través del cual los individuos –en sus relaciones, grupos, organizaciones y sociedades- responden y crean mensajes que les permiten adaptarse a su entorno y a las personas que los rodean” (p. 115). Por otro lado, la comunicación consiste en el “intercambio de información entre el emisor y el receptor, así como la inferencia (percepción) de significado entre ellos”, cita que se abstrae de la obra *A Primer on Organizatiom Behavior*, de la autoría J.L. Bowditch y A. F. Buono. Es pertinente recalcar que la comunicación es un proceso y como tal genera un conjunto de factores que se dan de manera alternativa o simultáneamente. Por tanto, resaltamos la diferencia en los tipos de comunicación la misma que se manifiesta en quién es el interlocutor del diálogo. Durante nuestra formación académica estudiamos uno de los primeros modelos de la comunicación desarrollado en 1949 por Shannon y Weaver, el cual se basa en la teoría matemática de la comunicación. El modelo conocido popularmente se fundamenta en la eficaz transmisión de los mensajes que fue ampliamente debatido en la primera mitad del siglo XX. Este poseía un paradigma conductista de E-R (estímulo –respuesta) donde importaba tener en claro la cantidad de la información, los efectos del ruido y la capacidad del canal de comunicación; aspectos que son visiblemente recurrentes en el trabajo de redacción periodística que desarrolla el medio impreso. A continuación transcribimos textualmente el modelo de modelo de Shannon y Weaver que (Hernández, 2017) comunica: Emisor o fuente. Elemento emisor inicial del proceso que genera el mensaje o mensajes a comunicar. Transmisor. Es el emisor técnico que opera sobre el mensaje y lo codifica en un conjunto de señales o códigos, transformándolo en señal capaz de ser transmitida a través de un canal.

Canal. Medio técnico que transporta las señales codificadas por el transmisor hasta el receptor. Al permitirse el paso de la señal puede incidir el ruido.

Ruido. Es un elemento adicional que perturba la señal durante su transmisión.

Receptor: Receptor técnico que decodifica el mensaje transmitido por el emisor, en un lenguaje comprensible para el destinatario

Destinatario: Punto final del proceso de la comunicación a quien va dirigido el mensaje (p.19).

MARCO CONCEPTUAL Ética Periodística.- Manera moral de ser y hacer del periodista, regida por su profunda identificación con principios y normas de adhesión a la verdad, a la equidad, al respecto por la dignidad y por la intimidad de las personas, al ejercicio de la responsabilidad social y a la búsqueda del bien común.

Análisis.- Distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos. También se trata de un examen que se hace de una obra, escrita o de cualquier realidad susceptible de estudio intelectual y de un tratamiento psicoanalítico. Semanarios.- Publicación que registra la actividad semanal, que sucede o se realiza cada 7 días, respectivamente. Además de los conceptos ya enunciados, importante tener en cuenta siguientes definiciones: MEDIOS IMPRESOS. Los medios impresos de comunicación son muy antiguos, los pueblos de la antigüedad dejaban constancia de su vida y costumbres utilizando papiros, códices, pinturas, estelas jeroglíficas. Con la invención del alfabeto, aprender a leer y escribir fue más fácil y la comunicación impresa estuvo al alcance de más personas. Con la introducción de la imprenta la producción de libros se multiplica. En Alemania, más de 150 años después apareció por primera vez un diario.

PRENSA. Medio de Comunicación que se fundamenta en la gran diversidad de audiencias que proporciona, tanto en términos de tamaño como de características demográficas. Los periódicos nacionales ofrecen grandes tirajes, público masivo y, si hay suficiente competencia, público específico.

En Ecuador, por ejemplo, el lector del diario El Universo es generalmente diferente al de Diario Extra. Lo mismo podemos decir sus status sociales. Mientras en el primero está dirigido a un público de status alto, el segundo, a un público de status medio bajo y bajo. DISEÑO GRAFICO. El diseño gráfico es la disciplina u oficio dirigido a idear y proyectar mensajes visuales, contemplando diversas necesidades que varían según el caso: estilísticas, informativas, identificativas, vocativos, de persuasión, de código, tecnológicas, de producción, de innovación, etc.

DESARROLLO

El análisis permite describir que los medios escritos que se publican en la ciudad de San Francisco de Milagro no aplican la ética y el profesionalismo que debe tratar un medio informativo, en especial Prensa La Verdad, durante el desarrollo de la investigación, cada uno de los ejemplares, no cumple con los estándares de calidad, los contenidos son amarillistas, y más del 60% del tabloide está lleno de publicidad. Prensa La Verdad no cumple con el deber de informar al lector de manera correcta, este medio informativo privado, no le da a la ciudadanía la información relevante que un periódico debe enfocar. La mayor parte de las noticias responde a las necesidades de los gobiernos Municipales de turno, emitiendo a la ciudadanía milagreña y sus zonas aledañas, una información manipulada a cambio de pautajes publicitarios. Actualmente Prensa La Verdad no trabaja profesionalmente al momento de publicar algún suceso o noticia de gran importancia, debido a que no se toma en cuenta que la información que genera puede afectar la susceptibilidad del público lector,

contraviniendo con los elementos éticos que comprenden esta profesión. Para Fernández Christlieb la vinculación de los medios de comunicación con la élite económica se da mediante la venta de publicidad.

0: <http://www2.congreso.gob.pe/congreso/constitucion.doc>

100%

La prensa, la radio, la televisión y los demás medios "

acortan el ciclo de circulación de capital" vía la inserción de anuncios. Dadas las altas tarifas publicitarias en la televisión nacional, ¿Quién puede pagarlas? Contesta Fernández Christlieb: "por supuesto que no es el pequeño comercio o la mediana industria, los que al pagarlas determinan el contenido de la programación televisiva. Es el capital monopólico, nacional y extranjero, el que sigue marcando las pautas de una de las principales fuentes de la actual cultura nacional". 1 - Fernández Christlieb, Fátima: Los medios de difusión masiva en México. Juan Pablos Editores. México, 1982, pp. 202-204 El investigador Pedro Antonio Hellín, asegura que el imaginario social que es la publicidad produce una dinámica informacional que permite ver determinados aspectos de la realidad e impide, al mismo tiempo, ver otros, pues su lado visible es un discurso sobre los objetos, pero su cara oculta legitima todo un sistema social: "como ideología autoritaria, el discurso publicitario no sólo ofrece su visión del mundo y de la realidad, sino que su característica esencial es que está al servicio de unos intereses mercantiles, los de los grupos emisores". Es trascendental comenzar a rescatar la labor periodística aprendida y proporcionarle a la ciudadanía lo que se necesita, una prensa veraz y objetiva, que cumpla con las normas y calidad necesaria, cumpliendo con las leyes de ética, moral y profesionalismo. Los contenidos informativos de carácter cultural y educativo, la mayoría de las noticias del medio impreso Prensa La Verdad, no poseen credibilidad, dando como resultado que la comunidad lectora queda totalmente desinformada por la falta de veracidad. El presente análisis está fundamentado en un estudio de campo representativo, De igual forma, se recurrió a una investigación de cuatro periódicos que permitió desarrollar el estudio con datos recolectados directamente de la realidad, donde se presenta la pésima estructura del periódico. Deborah Potter 3; según lo manifiesta, en su Manual de Periodismo Independiente "La responsabilidad fundamental de los periodistas en una sociedad libre es informar, comunicar las noticias con precisión e imparcialidad, es decir, ejercer el periodismo ético". 2 - Pedro Antonio: Publicidad y Valores postmodernos. Siranda-VisionNet. Madrid, 2007. 3 - Potter, Deborah, (2006): Manual de Periodismo Independiente. Oficina de Programas de Información Internacional; Departamento de Estado de Estados Unidos. Estructura del Periódico Prensa La Verdad:

• Portada - contraportada • Crónica Roja • Noticias • Sociales • Publicidad • Editorial • Deporte En las 32 páginas de contenido que tiene el periódico Prensa La Verdad, se ha podido determinar que el 68% corresponde a publicidad, 18% a noticias y crónica roja, 1% editorial, 10% a misas de réquiem y un 3 % a notas culturales y deportivas. Por estas razones se decidió realizar una investigación en el campo del sensacionalismo, para reflexionar y analizar, cómo esta mala práctica se va estableciendo indirectamente, con su mala práctica de resaltar el morbo e incentiva la violencia y banaliza la vida social. (Lavender 4, 2002). Informar no es lo mismo que comunicar, ni comunicar lo mismo que manipular. Informar es describir los

hechos reales que se producen, de no agregar elementos perturbadores que distorsionen los hechos de manera voluntaria o involuntaria, para no producir el efecto de la manipulación (Dagron 5, 2012). La ciudad de Milagro cuenta con más de 160.000 habitantes, según el último censo del INEC en el 2012, una ciudad regularmente grande, donde necesita estar informada con carácter de veracidad, objetividad e inmediatez, por ello se considera que debe exigirse el respeto al lector. 4 - Lavander, S. M. (2002). La prensa amarilla en América Latina. CHASQUI, 77, 1-6. 5 - Dagron, A. G. (2012). El derecho a la comunicación: articulador de los derechos humanos. Razón y Palabra, 80, 1-31. Prensa La Verdad es el periódico más vendido en la ciudad de Milagro, pero lamentablemente se ha convertido en un suplemento político y de carácter publicista, sin enfoque en el sentido común de INFORMAR, manipulado por los intereses económicos de los gobiernos de turno. Este medio de comunicación no trabaja profesionalmente al momento de publicar algún suceso o noticia de gran importancia, contraviniendo con los elementos éticos que comprenden esta profesión, debido a que no se toma en cuenta que la información que genera no es la correcta para el público lector. "Es básico informar con responsabilidad. Para ello no debemos mentir, opinar ni vender la información, es necesario obtener la información por medios lícitos" (Apuntes para la Formación, Redacción Periodística 6). La responsabilidad social de los medios se expresa en el respeto y promoción de los derechos humanos, la diversidad política, religiosa, social, cultural y étnica de los pueblos y nacionalidades en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad, consagrada en la Constitución y en los convenios y tratados internacionales vigentes, aquí Stephen Ward nos dice que la "ética" es el motor principal de todo periodista honesto con su profesión y quehacer periodístico (Mari 7, 2017).

Alberto Ardevol en su artículo cuando dice que los medios pueden influir sobre las masas y la confianza en los medios tradicionales o tecnológicos dependerá de las nuevas formas de pensamiento (Ardevol Abreu & Gil de Zuniga 8, 2017).

6 - Apuntes para la Formación, Redacción Periodística, autoras: Ana Isabel Iñigo, Ruth Martín, Belén Puebla. 7- Mari, W. (2017). The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond, 2nd edition. Journalism & Mass Communication Quarterly, 22, 1-9. 8 - Ardevol Abreu, A., & Gil de Zuniga, H. (2017). Effects of Editorial Media Bias Perception and Media Trust on the Use of Traditional, Citizen, and Social Media News. Journalism & Mass Communication Quarterly, 94(3), 703-724.

CONCLUSIONES

El Análisis de caso de Prensa La Verdad me ha permitido realizar las siguientes conclusiones: Prensa La Verdad no trabaja profesionalmente al momento de publicar algún suceso o noticia de gran importancia, debido a que no se toma en cuenta que la información que genera puede afectar la susceptibilidad del público lector, contraviniendo con los elementos éticos que comprenden esta profesión.

1.- El medio de comunicación Prensa La Verdad debe elaborar un manual de ética periodística, con la objetivo de cumplir con la labor profesional del periodismo, basados en el código de ética del periodista y de las leyes vigentes de comunicación de la República del Ecuador. 2.- El

periódico debe reestructurar sus páginas para mantener lineamientos de trabajo donde se considere una información idónea para el público lector.

3.- Mediante el análisis se puede apreciar que el medio de comunicación no cuenta con el talento humano que tenga título profesional, debido a que sus contenidos (noticias, crónicas, entrevistas) no ofrece un trabajo de calidad a los lectores.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

Apuntes para la Formación, Redacción Periodística, autoras: Ana Isabel Iñigo, Ruth Martín, Belén Puebla.

Rojas Soriano, Raúl: Guía para realizar investigaciones sociales. UNAM. México, 1985, pp. 30-31.

Umberto Eco: Como se hace una tesis. Ed. Gedisa. Barcelona, 1998.

Dagron, A. G. (2012). El derecho a la comunicación: articulador de los derechos humanos. Razón y Palabra, 80, 1-31.

Fernández Christlieb, Fátima: Los medios de difusión masiva en México. Juan Pablos Editores. México, 1982, pp. 202-204.

Hellín Ortuño, Pedro Antonio: "La función pedagógica del mensaje publicitario. Las prácticas del signo publicitario y sus interrelaciones sociales", en Hellín Ortuño.

Pedro Antonio: Publicidad y Valores postmodernos. Siranda-VisionNet. Madrid, 2007.

Machado, Darío L.: Cuba, Ideología Revolucionaria. Política. La Habana, 2000, p. 49.

Potter, Deborah, (2006): Manual de Periodismo Independiente. Oficina de Programas de Información Internacional; Departamento de Estado de Estados Unidos.

Coronel, S. (2001). The media, the market and democracy: The case of the Philippines. Journal of the European Institute for Communication and Culture, 8, 109-126.

Sumpter, R. (2001). Sensation and the century: How four new york dailies covered the end of the nineteenth century (tesis de grado). Texas A&M University, Estados Unidos.

Asamblea Nacional del Ecuador. (2013). Ley Orgánica de Comunicación (22). Recuperado de: [https:// www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf](https://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf)

Mari, W. (2017). The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond, 2nd edition. Journalism & Mass Communication Quarterly, 22, 1-9.

Ardevol Abreu, A., & Gil de Zuniga, H. (2017). Effects of Editorial Media Bias Perception and Media Trust on the Use of Tradicional, Citizen, and Social Media News. Journalism & Mass Communication Quarterly, 94(3), 703-724.

, 1

Prensa La verdad Ventas 25 Noticias 96 Publicidad 14 Misa de requien 5 Notas culturales y deportivas 25 96 14 5

Prensa La verdad Ventas 21 Noticias 84 Publicidad 15 Misa de requien 4 Notas deportivas y culturales 21 84 15 4

Prensa La Verdad Ventas 24 Noticias 90 Publicidad 13 Misa de requien 4 Notas deportivas y culturales 24 90 13 4

Prensa La Verdad Ventas 22 Noticias 93 Publicidad 17 Misas de requien 3 Notas deportivas 22 93 17 3

Hoja_de_c_lculo_de_Microsoft_Excel.xlsx

Hoja1

Ventas 22 Noticias 22 93 Publicidad 93 17 Misas de requien 17 3 Notas deportivas 3 Para actualizar el gráfico, introduzca los datos en esta tabla. Los datos se guardarán automáticamente en el gráfico.

Hoja_de_c_lculo_de_Microsoft_Excel1.xlsx

Hoja1

Ventas 24 Noticias 24 90 Publicidad 90 13 Misa de requien 13 4 Notas deportivas y culturales 4 Para actualizar el gráfico, introduzca los datos en esta tabla. Los datos se guardarán automáticamente en el gráfico.

Hoja_de_c_lculo_de_Microsoft_Excel2.xlsx

Hoja1

Ventas 21 Noticias 21 84 Publicidad 84 15 Misa de requien 15 4 Notas deportivas y culturales 4 Para actualizar el gráfico, introduzca los datos en esta tabla. Los datos se guardarán automáticamente en el gráfico.

Hoja_de_c_lculo_de_Microsoft_Excel3.xlsx

Hoja1

Ventas 25 Noticias 25 96 Publicidad 96 14 Misa de requien 14 5 Notas culturales y deportivas 5 Para actualizar el gráfico, introduzca los datos en esta tabla. Los datos se guardarán automáticamente en el gráfico.

Hit and source - focused comparison, Side by Side:

Left side: As student entered the text in the submitted document.

Right side: As the text appears in the source.

Instances from: PROYECTO JUAN GUERRERO.docx

2 83%

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero. Fabricio Guevara Viejó, PhD. RECTOR Universidad Estatal de Milagro Presente.

2: PROYECTO JUAN GUERRERO.docx 83%

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero. Fabricio Guevara Viejó, MAE. Rector de la Universidad Estatal de Milagro Presente.

Instances from: ANTEPROYECTO TERMINADO.docx

1 66%

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO FACULTAD CIENCIAS
SOCIALES

TRABAJO DE TITULACIÓN DE

GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO
EN COMUNICACIÓN SOCIAL

1: ANTEPROYECTO TERMINADO.docx 66%

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES DISEÑO DE PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Instances from: APLICACION DEL CODIGO DEONTOLOGICO .txt

3 78%

hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Análisis de caso realizado como requisito previo

3: APLICACION DEL CODIGO DEONTOLOGICO .txt 78%

hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo

Instances from: <http://www2.congreso.gob.pe/congreso/constitucion.doc>

4 100%

La prensa, la radio, la televisión y los demás medios "

4: <http://www2.congreso.gob.pe/congreso/constitucion.doc>
100%

La prensa, la radio, la televisión y los demás medios